

马明哲:平安对子公司保持绝对控股

本报记者 黄蕾

平安高层历时三天的路演昨日收官。2月7日晚8点,平安路演小组在北京召开总结会议,悉数近三天来与询价对象及机构投资者“亲密接触”的成果。同样,走出平安北京路演现场的基金经理们,也正在紧锣密鼓地商定最后给出的合理估值。

国内保险业风云人物马明哲,成为三天路演现场的最大焦点。身为平安掌门人的他,昨日在路演现场对平安的投资亮点及发展战略进行了详述。场下的询价对象及机构投资者,在关心平安市场价值的同时,对于马明哲如何管好平安这家企业亦颇感兴趣。

一心想做“金融大超市”的平安,如今已经拥有相当完整的综合经营平台,旗下拥有包括寿险、产险、健康险、养老金、资产管理、银行、证券、信托等公司。

知情人士称,马明哲在这三天的路演推介中始终向与会人士强调,“平安要走综合经营的路线,对旗下公司保持绝对控股。”就在几天前,市场人士还在猜测,今后平安是否考虑将旗下平安证券等子公司分拆上市。

显而易见,马明哲已经给了他们这个答案。上述人士称,马明哲的观点一直很鲜明:“对旗下公司实行高比例持股,能避免公司治理上的分散性,能有效进行旗下资源整合与共享,以确保能够产生协同效应。”至少从目前来看,平安集团对于子公司的持股比例基本超过了70%。

在马明哲的规划中,未来平安集团的交叉销售还要延伸到养老险、健康险领域,包括平安银行、信托、证券等业务也将与平



平安集团各个子行业间的协同效应成为其一大投资亮点 徐汇 资料图

月平安集团成立了专门的集团综合开拓部,担负平安多产品交叉销售制度体系的建立,搭建交叉销售后援支持平台。两年光景,效果已凸显。

中信证券的“平安投资价值分析报告”显示,平安目前产寿险交叉销售已经日益成为平安集团的重要分销渠道之一,尤其体现在平安人寿、交叉销售金额从2003年的不足5亿元上升到2006年9月的14亿元,占平安整个产险收入的比例从5.2%提升到10.5%。

在马明哲的规划中,未来平安集团的交叉销售还要延伸到养老险、健康险领域,包括平安银行、信托、证券等业务也将与平安集团综合开拓部,担负平安多产品交叉销售制度体系的建立,搭建交叉销售后援支持平台。两年光景,效果已凸显。

中信证券的“平安投资

机构投资者酝酿“抢筹战”

本报记者 黄蕾

A股长期持有。

国泰君安研究所金融分析师伍永刚近日正忙着研究平安的估值模型。他说,“在上海路演推介结束后,已经有不少基金经理来询问我,平安到底有多大投资价值,它的合理估值是多少?”而他给出的答案是,从短期来看,投资者的确需要关心它的发行价问题,但从长期来看,平安的核心竞争力才是投资者需要重点关注的。

市场昨日的普遍观点认为,预计平安保险将以30元—35元的价位发行。分析人士指出,若平安以超过30元的价位发行,将同时推升中国人寿的重新估值,恰逢中国人寿A股股价目前又处在低位,短线极可能将由机构对平安的抢筹而带动中国人寿股价的提升。

知情人士称,由于询价对象及机构投资者们反响热烈,平安昨日北京6.7场路演中,近一半路演现场都超时了半个小时。

一位投资者坦言,“早已准备

好资金积极认购,只怕市场反应过于热烈,让我们的平安擦肩而过。”在他看来,即便平安A股定价再高,投资者仍然会像当初

投资平安H股那般蜂拥而上,将平

马明哲详述了平安在协同效应上的规划,尤其对交叉销售重点点名。2005年1

月平安集团成立了专门的

集团综合开拓部,担负平安

多产品交叉销售制度体系

的建立,搭建交叉销售后援

支持平台。两年光景,效果

已凸显。

中信证券的“平安投资

价值分析报告”显示,平安目

前产寿险交叉销售已经日益

成为平安集团的重要分销渠

道之一,尤其体现在平安人

寿险交叉销售平安产险上,交

叉销售金额从2003年的不

足5亿元上升到2006年9月

的14亿元,占平安整个产

险收入的比例从5.2%提升

到10.5%。

在马明哲的规划中,未

来平安集团的交叉销售还

要延伸到养老险、健康险

领域,包括平安银行、信

托、证券等业务也将与平

安集团综合开拓部,担负平安

多产品交叉销售制度体系

的建立,搭建交叉销售后援

支持平台。两年光景,效果

已凸显。

中信证券的“平安投资

价值分析报告”显示,平安目

前产寿险交叉销售已经日益

成为平安集团的重要分销渠

道之一,尤其体现在平安人

寿险交叉销售平安产险上,交

叉销售金额从2003年的不

足5亿元上升到2006年9月

的14亿元,占平安整个产

险收入的比例从5.2%提升

到10.5%。

在马明哲的规划中,未

来平安集团的交叉销售还

要延伸到养老险、健康险

领域,包括平安银行、信

托、证券等业务也将与平

安集团综合开拓部,担负平安

多产品交叉销售制度体系

的建立,搭建交叉销售后援

支持平台。两年光景,效果

已凸显。

中信证券的“平安投资

价值分析报告”显示,平安目

前产寿险交叉销售已经日益

成为平安集团的重要分销渠

道之一,尤其体现在平安人

寿险交叉销售平安产险上,交

叉销售金额从2003年的不

足5亿元上升到2006年9月

的14亿元,占平安整个产

险收入的比例从5.2%提升

到10.5%。

在马明哲的规划中,未

来平安集团的交叉销售还

要延伸到养老险、健康险

领域,包括平安银行、信

托、证券等业务也将与平

安集团综合开拓部,担负平安

多产品交叉销售制度体系

的建立,搭建交叉销售后援

支持平台。两年光景,效果

已凸显。

中信证券的“平安投资

价值分析报告”显示,平安目

前产寿险交叉销售已经日益

成为平安集团的重要分销渠

道之一,尤其体现在平安人

寿险交叉销售平安产险上,交

叉销售金额从2003年的不

足5亿元上升到2006年9月

的14亿元,占平安整个产

险收入的比例从5.2%提升

到10.5%。

在马明哲的规划中,未

来平安集团的交叉销售还

要延伸到养老险、健康险

领域,包括平安银行、信

托、证券等业务也将与平

安集团综合开拓部,担负平安

多产品交叉销售制度体系

的建立,搭建交叉销售后援

支持平台。两年光景,效果

已凸显。

中信证券的“平安投资

价值分析报告”显示,平安目

前产寿险交叉销售已经日益

成为平安集团的重要分销渠

道之一,尤其体现在平安人

寿险交叉销售平安产险上,交

叉销售金额从2003年的不

足5亿元上升到2006年9月

的14亿元,占平安整个产

险收入的比例从5.2%提升

到10.5%。

在马明哲的规划中,未

来平安集团的交叉销售还

要延伸到养老险、健康险

领域,包括平安银行、信

托、证券等业务也将与平

安集团综合开拓部,担负平安

多产品交叉销售制度体系

的建立,搭建交叉销售后援

支持平台。两年光景,效果

已凸显。

中信证券的“平安投资

价值分析报告”显示,平安目

前产寿险交叉销售已经日益

成为平安集团的重要分销渠

道之一,尤其体现在平安人

寿险交叉销售平安产险上,交

叉销售金额从2003年的不

足5亿元上升到2006年9月

的14亿元,占平安整个产

险收入的比例从5.2%提升

到10.5%。

在马明哲的规划中,未

来平安集团的交叉销售还

要延伸到养老险、健康险

领域,包括平安银行、信

托、证券等业务也将与平

安集团综合开拓部,担负平安

多产品交叉销售制度体系

的建立,搭建交叉销售后援

支持平台。两年光景,效果

已凸显。

中信证券的“平安投资

价值分析报告”显示,平安目

前产寿险交叉销售已经日益

成为平安集团的重要分销渠

道之一,尤其体现在平安人

寿险交叉销售平安产险上,交